

1. Ausgangssituation

- Automobilhersteller führt ein neues Vertriebskonzept ein
- Neben neuen Händler-Formaten sollen auch die Retail-Standards weiterentwickelt werden

2. Zielsetzung

- Wirtschaftliche Simulation von Handelsbetrieben mit unterschiedlichen Größenordnungen
- Durchführung von Sensitivitätsanalysen
- Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit im Handel

3. Methodik

- Programmierung eines Excel Retail-Simulationstools zur wirtschaftlichen Abbildung eines Handelsbetriebes
- Alle typischen Geschäftsfelder eines Handelsbetriebes wurden betrachtet
- Identifikation von Vertriebskennzahlen als Basis für eine spätere Performance-Messung

4. Ergebnis

- Wirtschaftliche Bewertung eines neuen Vertriebskonzeptes sowie von Vertriebsstandards
- Identifikation von Stellhebeln zur nachhaltigen Optimierung der Wirtschaftlichkeit im Handel

